

**PERAN PEREMPUAN DALAM PERKEMBANGAN
HOME INDUSTRI ROTI SAJIYEM DI KECAMATAN GATAK**



**Disusun sebagai salah satu syarat memperoleh Gelar Strata I
pada Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan dan Ilmu
Pendidikan**

Oleh:

ADAM HARJANTO

A210170096

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN AKUNTANSI
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2021

HALAMAN PERSETUJUAN

**PERAN PEREMPUAN DALAM PERKEMBANGAN HOME INDUSTRI
ROTI SAJIYEM DI KECAMATAN GATAK**

PUBLIKASI ILMIAH

Oleh:

Adam Harjanto

A210170096

Telah disetujui dan dipertahankan di hadapan tim penguji skripsi

Surakarta, 2 Agustus 2021

A handwritten signature in blue ink, consisting of a large loop followed by a series of smaller, connected strokes.

Dr. Sabar Narimo, M.M., M.Pd

NIDN. 0613036301

HALAMAN PENGESAHAN




PERAN PEREMPUAN DALAM PERKEMBANGAN HOME INDUSTRI ROTI SAJIYEM DI KECAMATAN GATAK

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

ADAM HARJANTO
A210170096

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada hari Rabu, 18 Agustus 2021
dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Susunan Dewan Penguji

1. Dr. Sabar Narimo, M.M., M.Pd. ()
(Ketua Dewan Penguji)
2. Prof. Dr. Harsono, SU ()
(Anggota I Dewan Penguji)
3. M. Fahmi Johan Syah, S.Pd., M.Pd ()
(Anggota II Dewan Penguji)

Surakarta, 18 Agustus 2021
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Dekan,



Prof. Dr. Sutama, M.Pd
NIDN. 0007016002

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam publikasi ilmiah ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya diatas maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 2 Agustus 2021

Penulis



ADAM HARJANTO

A210170096

PERAN PEREMPUAN DALAM PERKEMBANGAN HOME INDUSTRI ROTI SAJIYEM DI KECAMATAN GATAK

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan perkembangan *home industry* roti sajiyem dan mendeskripsikan besarnya sumbangsih perempuan dalam perkembangan *home industry* roti sajiyem di Kecamatan Gatak. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan desain etnografi. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Teknik keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini diuji melalui triangulasi sumber. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perkembangan di *home industry* roti sajiyem ditandai dengan kenaikan omzet penjualan dan peningkatan jumlah produksi roti. Peningkatan jumlah produksi roti di *home industry* roti sajiyem dilakukan untuk memenuhi permintaan dari pihak catering dan konsumen, dengan banyaknya permintaan dari konsumen dan pihak catering maka omzet penjualan akan mengalami kenaikan. Perempuan di *home industry* roti sajiyem memberikan sumbangsih yang sangat besar. Sumbangsih yang pertama yaitu melakukan inovasi produk, hal ini dilakukan agar *home industry* dapat berkembang dengan adanya inovasi dalam produknya. Sumbangsih yang kedua yaitu mempromosikan produk dengan menggunakan *platform* sosial media, hal ini dilakukan agar menghebat biaya promosi dan memberikan informasi produk ke konsumen dengan cepat. Sumbangsih ketiga yang diberikan oleh perempuan di *home industry* roti sajiyem yaitu meningkatkan pelayanan penjualan, hal ini dilakukan agar konsumen menjadi lebih nyaman pada saat membeli produk.

Kata Kunci: peran perempuan, perkembangan *home industry*, roti sajiyem

Abstrack

This study aims to describe the development of the home industry for Roti Sajiye and describe the contribution of women to the development of the home industry for Roti Sajiye in Gatak District. This research is a qualitative research with ethnographic design. Data collection methods used are observation, in-depth interviews, and documentation. The data validity technique used in this study was tested through triangulation of sources. The results showed that the developments in the home industry of rotisserie were marked by an increase in sales turnover and an increase in the amount of bread production. The increase in the amount of bread production in the home industry of Roti Sajiye is carried out to meet the demand from the catering and consumers, with the large number of requests from consumers and the catering party, the sales turnover will increase. The women in the home industry of the rotisserie make a huge contribution. The first contribution is to innovate products, this is done so that the home industry can develop with innovations in its products. The second contribution is to promote products using social media platforms, this is done in order to increase

promotion costs and provide product information to consumers quickly. The third contribution given by women in the home industry of Roti Sajiye is to improve sales services, this is done so that consumers become more comfortable when buying products.

Keywords: the role of women, the development of the home industry, sajiye bread

1. PENDAHULUAN

Perkembangan *home industry* tidak luput dari peran seorang perempuan. Karena perempuan merupakan sosok kreator yang sangat kuat, hal ini dibuktikan dengan tangguhannya perempuan dalam membangun serta meningkatkan perkembangan sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Dalam *home industry* perempuan memberikan sumbangsih yang sangat besar. Sumbangsih yang diberikan oleh perempuan dalam *home industry* yaitu seperti melakukan inovasi produk, mengelola keuangan dalam usaha, meningkatkan pelayanan penjualan, dan melakukan promosi produk. Dengan meningkatnya perkembangan *home industry* dalam negeri, tentunya akan memberikan dampak positif seperti mengurangi tingkat pengangguran, meningkatkan pendapatan nasional, serta membantu pemerintah dalam mengentaskan kemiskinan dalam negeri. Hal ini sejalan dengan Undang-undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.

Dalam upaya mengatasi permasalahan pada perkembangan *home industry*, pemerintah harus memberikan dukungan serta pelatihan kewirausahaan pada pelaku UMKM agar usaha yang ditekuninya dapat berkembang. Dukungan yang diberikan oleh pihak pemerintah pada UMKM nantinya dapat meningkatkan perekonomian nasional. Perkembangan *home industry* dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti modal, keterampilan tenaga kerja, dan pengetahuan mengenai kewirausahaan. Hal tersebut sesuai dengan penelitian dari Putri (2018) yang menyatakan bahwa perkembangan *home industry* dipengaruhi oleh 4 faktor yaitu seperti modal, sumber daya alam, dan tenaga kerja. Untuk itu pemilik usaha harus memperhatikan beberapa faktor tersebut agar usahanya dapat berkembang serta mampu bertahan dalam persaingan pasar. Dukungan dari pemerintah diharapkan dapat membantu para pelaku UMKM serta dapat mencetak pengusaha baru. Dengan adanya pengusaha baru tentunya dapat meningkatkan jumlah

lapangan pekerjaan dan meningkatkan kondisi ekonomi masyarakat (Suranto et al., 2020).

Perkembangan *home industry* roti sajiyem ditandai dengan adanya peningkatan omzet yang didapatkan dari hasil penjualan produknya. Untuk meningkatkan perkembangan *home industry* kaum perempuan memberikan beberapa sumbangsih seperti melakukan inovasi produk atau meningkatkan kualitas produk. Menurut Gupta & Maheshwari (2019) menyatakan bahwa inovasi merupakan kunci utama dalam kewirausahaan. Inovasi produk merupakan salah satu upaya yang digunakan untuk meningkatkan perkembangan usaha, namun sebelum melakukan inovasi produk tentunya pelaku UMKM harus mempelajari peluang yang ada dipasar. Pada *home industry* perempuan berperan aktif untuk melakukan inovasi produk, hal ini dikarenakan perempuan merupakan *agen of change* atau agen perubahan dalam UMKM. Didukung penelitian dari Afandi, Sukidin & Suharso (2018) hasil penelitian menunjukkan bahwa peran buruh perempuan dalam dunia pekerjaan memberikan kontribusi yang cukup besar terhadap kemajuan *home industry*. Penelitian dari Hasugian & Panggabean (2020) hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peran perempuan sangatlah penting dalam perkembangan usaha.

Pada saat terjadinya pandemi *Covid-19* banyak usaha yang mengalami kerugian serta terancam gulung tikar. Salah satu *home industry* yang mampu bertahan pada masa pandemi yaitu *home industry* roti milik Ibu Sajiye. *Home industry* roti sajiyem merupakan salah satu dari beberapa *home industry* pembuat roti tradisional di Kecamatan Gatak. Roti yang dijual di *home industry* roti sajiyem memiliki kualitas yang baik serta harga yang relative terjangkau, tentunya hal ini menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen. Kuliner tradisional merupakan salah satu aspek yang dapat memikat hati masyarakat (Suranto et al., 2019). Seperti halnya roti sajiyem yang disukai oleh banyak masyarakat karena memiliki cita rasa yang manis dan tekstur roti yang lembut. *Home industry* roti sajiyem memiliki beberapa varian jenis roti seperti roti bolu gulung, roti kacang, roti mandarin, roti kerumpul, roti semir wijen, roti mandarin kismis dan roti tiramizu. Dengan adanya inovasi produk roti tersebut diharapkan dapat meningkatkan daya beli konsumen serta meningkatkan penjualan produk, jika penjualan meningkat tentunya omzet penjualan yang didapatkan juga akan mengalami peningkatan.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan perkembangan *home industry* roti sajiyem di Kecamatan Gatak, mendeskripsikan besarnya sumbangsih perempuan dalam perkembangan *home industry* roti sajiyem di Kecamatan Gatak. Manfaat penelitian ini untuk memberikan informasi mengenai perkembangan *home industry* dan besarnya sumbangsih yang diberikan oleh perempuan dalam *home industry* serta memberikan masukan pada pemerintah desa untuk memberikan dukungan pada *UMKM khususnya dibidang makanan tradisional agar dapat berkembang*.

2. METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan desain penelitian etnografi. Penelitian ini dilakukan di *home industry* roti sajiyem yang terletak di Jalan Jetis, RT 01/RW 09, Dusun III, Blimbing, Kecamatan Gatak, Kabupaten Sukoharjo. Dalam penelitian ini peneliti berperan sebagai perencana, pengumpul data, penganalisis data, pengolah data dan melaporkan data hasil penelitiannya sendiri (Suranto et al., 2020). Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini terdiri dari observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Pengujian keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan triangulasi sumber, keabsahan data digunakan untuk memeriksa data penelitian apakah valid atau tidak, untuk itu maka digunakan teknik triangulasi untuk mendapatkan data yang valid (Suranto et al., 2020). Teknik analisis data yang digunakan mengacu pada Spradley (2007) yang terdiri meliputi menetapkan narasumber, wawancara narasumber, menyusun catatan etnografis, mengajukan pertanyaan deskriptif, menganalisis hasil wawancara etnografis, membuat analisis domain, mengajukan pertanyaan struktural, menyusun analisis taksonomik, mengajukan pertanyaan kontras, membuat analisis komponensial, menentukan tema-tema budaya, menulis sebuah etnografi.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Perkembangan *home industry* roti sajiyem

3.1.1 Peningkatan jumlah produksi roti

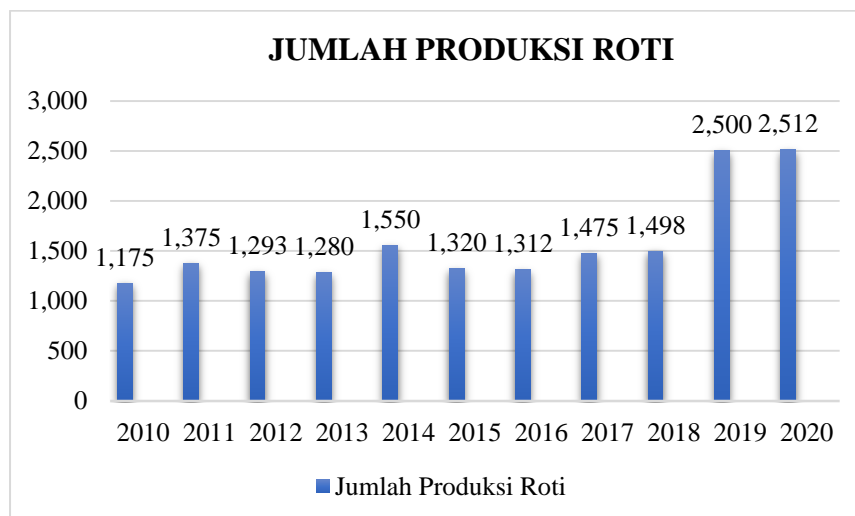
Peningkatan jumlah produksi roti di *home industry* roti sajiyem dikarenakan banyaknya permintaan dari pihak catering dan konsumen, dengan meningkatnya jumlah produksi

roti tentu juga akan berdampak pada peningkatan jumlah omzet penjualan yang diterima nantinya.

Tabel 1. Peningkatan Jumlah Produksi Roti

Sub	Narasumber A	Narasumber B	Narasumber C
Peningkatan jumlah produksi roti	Kalau permintaan dari konsumen meningkat pastinya kita juga meningkatkan jumlah produksi rotinya,	Jumlah produksi meningkat karna permintaan dari konsumen juga bertambah.	Sudah memiliki pelanggan tetap jadi walaupun ada pandemi tidak terlalu berpengaruh

Walau terjadi pandemi *Covid-19* pada tahun 2020 namun jumlah produksi roti di *home industry* roti sajiyem tidak mengalami penurunan, hal ini dikarenakan masih banyak permintaan dari konsumen. *Home industry* roti sajiyem pada saat terjadi pandemi melakukan gebrakan dengan memberikan potongan harga serta memperkuat promosi penjualan, hal ini dimaksudkan agar usaha tersebut tetap dapat berjalan pada saat terjadinya pandemi. Walaupun dampak pandemi *Covid-19* sangat besar, namun pemilik *home industry* harus mampu bertahan untuk tetap menjalankan usahanya (Meahjohn, 2020). Dengan meningkatnya permintaan roti dari beberapa konsumen maka pada saat terjadinya pandemi *Covid-19*, omzet penjualan di *home industry* roti sajiyem tidak mengalami penurunan serta masih sama dengan omzet yang didapatkan pada tahun 2019.



Gambar 1. Grafik Jumlah Produksi

Peningkatan jumlah produksi di *home industry* roti sajiyem pertama kali terjadi pada tahun 2011 dengan total sebanyak 1.375 produksi, kenaikan kedua terjadi pada tahun 2014 dengan total sebanyak 1.550 produksi roti sedangkan untuk peningkatan ketiga terjadi pada tahun 2019 dengan total sebanyak 2.500 produksi roti. Ditahun 2020 produksi roti di *home industry* roti sajiyem hanya mengalami sedikit kenaikan saja, total produksi pada tahun tersebut yaitu 2.512 produk roti. Kenaikan pada tahun 2011 diakibatkan karena *home industry* roti sajiyem sudah mulai menjalin kerjasama dengan pihak catering, serta pada saat itu banyak yang melaksanakan hajatan di Desa Blimbing Kecamatan Gatak. Pada tahun 2014 kenaikan terjadi pada saat lebaran, sedangkan untuk tahun 2019 terjadi kenaikan pada saat lebaran dan acara tasyukuran Desa Belimbing. Pada saat terjadinya pandemi tepatnya pada tahun 2020 dan adanya kebijakan PSBB dan PPKM dari pemerintah, tentunya membuat *home industry* roti sajiyem harus berusaha keras untuk mempertahankan usahanya. Upaya yang ditempuh untuk mempertahankan usaha yaitu dengan mempromosikan produk melalui *platform* sosial media serta memberikan potongan harga pada konsumen bila membeli dalam jumlah yang banyak.

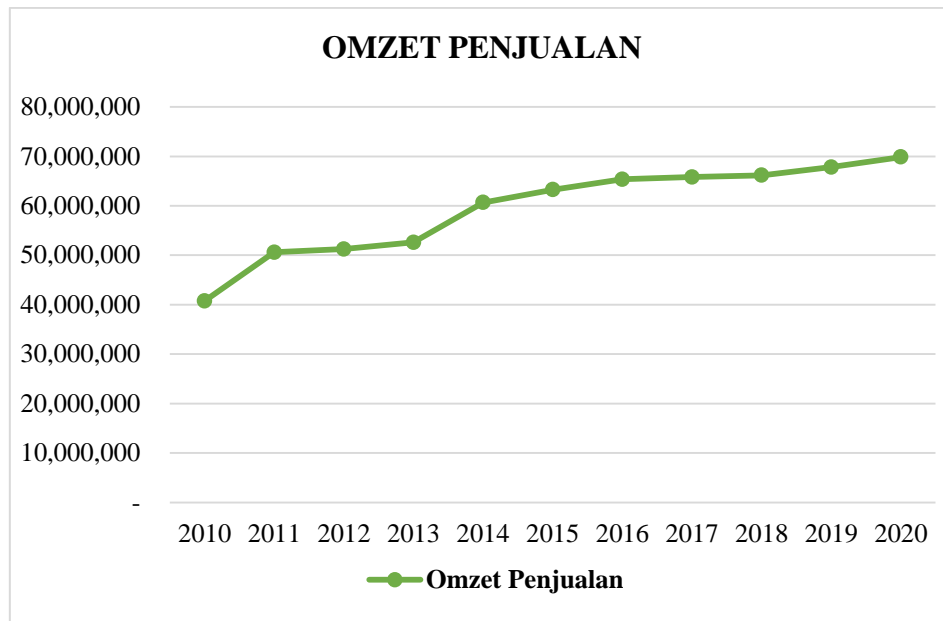
Peningkatan jumlah produksi di *home industry* roti sajiyem juga diimbangi dengan peningkatan kualitas serta inovasi produk, hal ini dilakukan agar produk tersebut memiliki kualitas dan tak sekedar kuantitas saja. Hal ini didukung oleh penelitian dari Hoe & Mansori (2018) yang menyatakan bahwa peningkatan kualitas produk dan menambah jumlah produksi akan dapat menambah jumlah pendapatan usaha. Produk roti di *home industry* roti sajiyem juga memiliki harga yang terjangkau dan kualitas produk yang baik. Dengan membuat produk yang berkualitas dan memiliki harga yang terjangkau tentu dapat memikat konsumen. Hal ini sejalan dengan penelitian dari Saragih & Tyas (2020) yang menyatakan bahwa faktor yang mempengaruhi perkembangan usaha yaitu meliputi faktor produksi dan kualitas barang yang dihasilkan. Penelitian tersebut juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Cahyanti & Anjaningrum (2017) yang menyatakan bahwa sistem produksi usaha dapat mempengaruhi perkembangan usaha tersebut.

3.1.2 Peningkatan Omzet Penjualan

Tabel 2. Peningkatan Jumlah Produksi Roti

Sub	Narasumber A	Narasumber B	Narasumber C
Peningkatan Omzet Penjualan	Karna permintaan dari konsumen banyak tentunya omzet penjualan juga mengalami peningkatan, pada saat pandemi tetap ada yang memesan roti seperti biasanya.	Peningkatan omzet penjualan biasanya sekitar 10-20 juta jadi bila tahun lalu 40 juta tetapi tahun naik menjadi 50-60 juta begitu.	Pada saat pandemi tetap ada peningkatan walaupun tidak terlalu banyak,

Perkembangan home industry roti sajiyem ditandai dengan terjadinya peningkatan omzet penjualan yang didapatkan dari hasil penjualan roti. Dalam peningkatan omzet penjualan dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti kualitas barang, harga barang, dan promosi. Hal ini didukung penelitian dari Rizal, Hidayat, & Handika (2017) yang menyatakan bahwa terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi omzet penjualan yaitu, yaitu faktor internal yang terdiri dari kualitas barang dan pengelolaan keuangan dalam usaha. Sedangkan faktor eksternal terdiri dari perubahan kebijakan pemerintah, persaingan dalam pasar serta kesediaan bahan baku untuk memproduksi produk. Sedangkan penelitian dari Khairunnisa, Lubis, & Hasanah (2020) menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi peningkatan omzet usaha yaitu promosi, kualitas produk, dan kualitas tenaga kerja. Pada tahun 2011 kenaikan sebesar 10 juta dimana ditahun sebelumnya hanya 40 juta saja namun ditahun 2011 dapat mencapai 50 juta. Untuk kenaikan kedua terjadi pada tahun 2014 dengan jumlah omzet mencapai 60 juta, sedangkan untuk kenaikan ketiga terjadi pada tahun 2019 dengan jumlah omzet mencapai 67 juta. Pada tahun 2020 terjadi pandemi *Covid-19* namun omzet penjualan di *home industry* roti sajiyem tidak mengalami penurunan.



Gambar 2. Grafik Peningkatan Omzet

Dalam grafik omzet penjualan diatas dapat dilihat bahwa omzet penjualan di *home industry* roti sajiyem mengalami peningkatan setiap tahunnya, walaupun pada tahun 2020 banyak usaha mengalami kerugian bahkan gulung tikar karena adanya pandemi *Covid-19*. Namun *home industry* roti sajiyem mampu bertahan dalam kondisi tersebut, hal ini dikarenakan *home industry* roti sajiyem menggunakan strategi yang benar untuk bertahan dimasa pandemi. Dalam Menyusun strategi penjualan produk tentunya pemilik *home industry* roti sajiyem harus mulai menggunakan teknologi, hal ini agar promosi penjualan dapat langsung dibaca oleh pihak catering dan konsumen. Hal ini dilakukan agar omzet penjualan dalam usaha mengalami peningkatan. Selain melakukan promosi produk pihak *home industry* roti sajiyem juga sudah memiliki pelanggan tetap yang banyak, untuk itu walaupun terjadi pandemi maka tidak menurunkan omzet penjualan *home industry* roti sajiyem. Menurut penelitian dari Wardiningsih & Susanti (2017) tinggi rendahnya omzet penjualan dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti modal, dan kemampuan dalam memasarkan produk.

3.2 Sumbangsih perempuan dalam perkembangan *home industry* roti sajiyem

Didalam *home industry* roti sajiyem perempuan memberikan sumbangsih yang sangat besar bagi perkembangan *home industry* roti sajiyem, beberapa sumbangsih yang diberikan yaitu seperti melakukan inovasi produk, melakukan promosi produk dan

meningkatkan pelayanan penjualan. Inovasi produk dilakukan agar *home industry* tersebut dapat berkembang serta promosi dan peningkatan pelayanan penjualan dilakukan agar omzet penjualan dapat meningkat.

3.2.1 Melakukan Inovasi Produk

Tabel 3. Melakukan Inovasi Produk

Sub	Narasumber A	Narasumber B	Narasumber C
Melakukan Inovasi Produk	Kalau ada inovasi produk tentunya konsumen akan lebih antusias untuk membeli produk rotinya, dengan inovasi ini nantinya diharapkan dapat meningkatkan penjualan.	Seluruh ide inovasi produk itu dari Ibu Tuti, jadi anak say aitu mengikuti kursus terlebih dahulu setelah itu sudah bisa melakukan inovasi.	Masalah inovasi produk itu semua idenya dari Ibu Tuti, jadi nanti pegawai tinggal menerapkan ide itu disini.

Sebagai seorang penerus dari *home industry* roti sajiyem Ibu Tuti selalu melakukan inovasi produk dalam usahanya, hal ini dilakukan agar konsumen tidak merasa bosan dengan produk yang dijual. Ibu Tuti memberikan ide dalam melakukan inovasi produk, setelah itu baru seluruh pegawai perempuan yang ada di *home industry* roti sajiyem mengimplementasikan ide dari Ibu Tuti tersebut. Dalam melakukan inovasi produk tentu harus memahami selera konsumen pada saat ini, hal ini dilakukan agar konsumen tidak bosan dengan produk yang dijual. Karena inovasi produk sangatlah penting dalam pertumbuhan dan kelangsungan hidup usaha (Whittaker & Fiedler, 2014). Hal ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurcahyani & Isbah (2020), yang menyatakan bahwa inovasi yang dilakukan para pengusaha perempuan bertumpu pada pemahaman mereka atas selera pasar yang berubah secara terus-menerus. Pada saat melakukan inovasi produk tentunya harus dilakukan secara baik dan benar, tujuan melakukan inovasi dengan baik dan benar yaitu untuk mendapatkan produk yang berkualitas serta sesuai dengan keinginan konsumen. Apabila semakin baik inovasi produk yang dilakukan oleh pemilik usaha, maka akan dapat mendorong perkembangan usaha yang semakin tinggi (Lestari et al., 2015). Inovasi produk yang dilakukan juga memiliki tujuan untuk mempertahankan usaha dari persaingan pasar, jika inovasi produk tidak dilakukan maka usaha tersebut akan sulit bertahan dalam persaingan pasar. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nabella &

Winarso (2019), yang menyatakan bahwa tanpa adanya inovasi usaha tersebut tidak akan mampu bertahan dalam persaingan pasar.

Home industry harus selalu melakukan inovasi produk agar usahanya dapat bertahan dalam persaingan pasar. Inovasi produk dilakukan karena keinginan dan permintaan konsumen yang sering berubah. Semakin sering usaha tersebut melakukan inovasi maka semakin meningkat keputusan konsumen untuk membeli produk tersebut (Aprilia et al., 2021). Dengan mengkolaborasikan inovasi produk dan peningkatan kualitas produk diharapkan dapat menciptakan produk yang memiliki kualitas dan tak sekedar kuantitas. Peningkatan kualitas produk dan inovasi produk harus dilakukan secara terus-menerus, agar produk tersebut dapat berkembang serta mengalami peningkatan (Riassy & Kristinae, 2021). Untuk itu inovasi produk dan kualitas produk merupakan salah satu kunci utama dalam meningkatkan omzet penjualan.

Penggunaan bahan baku yang berkualitas dan halal bertujuan untuk memberikan kenyamanan serta kepercayaan kepada konsumen untuk mengkonsumsi produk yang dijual. Kualitas produk merupakan salah satu faktor penting yang dapat mempengaruhi tingkat penjualan, dengan kualitas produk yang baik maka akan dapat mempengaruhi konsumen untuk membeli produk yang dijual (Hanurdin et al., 2020). Hal ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Aditi (2019), yang menyatakan bahwa peningkatan kualitas produk, inovasi produk dan pelabelan halal secara bersamaan dapat mempengaruhi konsumen untuk membeli produk yang dijual. Dengan melakukan hal tersebut tentu dapat meningkatkan kepercayaan konsumen untuk tetap mengkonsumsi makanan tersebut tanpa adanya keraguan.

3.2.2 Melakukan Promosi Produk

Tabel 4. Melakukan Promosi Produk

Sub	Narasumber A	Narasumber B	Narasumber C
Melakukan Promosi Produk	Pada saat ini kami sedang mengoptimalkan penggunaan media social untuk melakukan promosi produk. Biasanya kami memakai <i>Instagram</i> dan <i>WhatsApp</i> untuk promosi produk.	Dengan menggunakan media social maka pada saat pandemi pun tetap ada konsumen yang memesan produk roti dari kita.	Kalau saat ini memesan roti di <i>home industry</i> roti sajiyem tidak sulit soalnya sudah bisa dihubungi via <i>WhatsApp</i> .

Dalam upaya meningkatkan omzet penjualan di *home industry* roti sajiyem tentunya pemilik *home industry* harus mempromosikan produknya. Untuk melakukan promosi produk dapat menggunakan *platform* sosial media seperti *Instagram*, *WhatsApp*, dan *Facebook*. Dengan menggunakan media sosial tentu penjual akan lebih mudah untuk melakukan komunikasi kepada konsumen dan menarik konsumen baru di tengah persaingan pasar (Fantini et al., 2021). Di *home industry* roti sajiyem sendiri menggunakan *Instagram* untuk melakukan promosi produknya dan menggunakan *WhatsApp* untuk berkomunikasi dengan konsumen atau pihak catering jika akan memesan produk rotinya. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurcahyani & Isbah (2020), yang menyatakan bahwa para pengusaha perempuan memanfaatkan *Instagram* sebagai alat untuk mempromosikan produknya kepada konsumen.

Penggunaan *platform* sosial media untuk melakukan promosi sangatlah mudah serta dengan menggunakan sosial media maka akan menghemat pengeluaran dalam melakukan promosi. Tentunya *platform* sosial media pada saat ini memiliki nilai plus untuk melakukan promosi produk. Hal ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Arinda (2021), yang menyatakan bahwa keuntungan penggunaan media sosial sebagai media promosi dapat membuat proses promosi produk menjadi lebih mudah serta biaya promosi menjadi lebih murah. Pemilik usaha harus mampu membuat konten promosi yang menarik. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Vernia (2017), yang menyatakan bahwa pemilik usaha harus memberikan informasi produk secara lengkap dan mudah dimengerti pada saat melakukan promosi produk.

3.2.3 Meningkatkan Pelayanan Penjualan

Tabel 5. Meningkatkan Pelayanan Penjualan

Sub	Narasumber A	Narasumber B	Narasumber C
Meningkatkan Pelayanan Penjualan	Peningkatan pelayanan penjualan ini bertujuan agar konsumen merasa nyaman dan percaya untuk membeli produk roti lagi disini. Untuk itu kita harus lebih respon pada konsumen yang akan membeli.	Pelayanan penjualan memang harus ditingkatkan, karena ini nanti juga berhubungan dengan omzet penjualan yang didapatkan.	Kalau pelayanan tidak baik nanti konsumen tidak mau membeli lagi disini, maka pelayanan penjualan itu harus baik.

Pelayanan penjualan yang baik tentunya akan memberikan pengaruh positif dalam peningkatan omzet penjualan, hal ini dikarenakan jika pelayanan yang diberikan baik maka konsumen akan menjadi lebih percaya untuk membeli kembali di *home industry* tersebut. Hal ini didukung penelitian dari Fabuari & Syaifullah (2020) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen akan berpengaruh pada keputusan konsumen untuk membeli produk yang di jual. Pelayanan penjualan yang diberikan memiliki pengaruh yang besar pada loyalitas konsumen (Ramadhanty et al., 2020). Pelayanan yang maksimal tentunya juga akan berdampak pada perkembangan *home industry*, hal ini dikarenakan banyak konsumen yang percaya dan nyaman untuk membeli produk di *home industry* tersebut. Kualitas pelayanan penjualan yang terus ditingkatkan akan berpengaruh pada peningkatan pembelian produk oleh konsumen, hal ini dikarenakan konsumen akan merasa puas dengan keramahan pegawai dalam melayani konsumen (Aprilia et al., 2021). Peningkatan pelayanan penjualan dilakukan dengan cara memberikan pelayanan yang ramah dan selalu respon jika pihak catering dan konsumen ingin memesan roti di *home industry* roti sajiyem. Pemilik *home industry* tentu harus memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen, karena hal ini akan berpengaruh pada penjualan produk roti dan omzet penjualan yang akan didapatkan.

4. PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: 1) Peran perempuan di *home industry* roti sajiyem yaitu melakukan inovasi produk, meningkatkan kualitas produk. Hal ini dilakukan agar terciptanya produk yang berkualitas. Selain itu perempuan di *home industry* roti sajiyem juga berperan dalam mempromosikan produk serta melakukan peningkatan pelayanan penjualan. 2) Perkembangan di *home industry* roti sajiyem ditandai dengan kenaikan omzet penjualan dan peningkatan jumlah produksi roti. Peningkatan jumlah produksi roti di *home industry* roti sajiyem dilakukan untuk memenuhi permintaan dari pihak catering dan konsumen, dengan banyaknya permintaan dari konsumen dan pihak catering maka omzet penjualan akan mengalami kenaikan. 3) Sumbangsih yang diberikan perempuan yang pertama yaitu melakukan inovasi produk, hal ini dilakukan agar *home industry* dapat berkembang dengan adanya inovasi dalam produknya. Sumbangsih yang kedua

yaitu mempromosikan produk dengan menggunakan sosial media, hal ini dilakukan agar dapat memberikan informasi produk ke konsumen dengan cepat. Sumbangsih yang ketiga yaitu meningkatkan pelayanan penjualan, hal ini dilakukan untuk meningkatkan kepercayaan serta menjalin komunikasi dengan pihak konsumen agar konsumen merasa lebih nyaman.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditi, B. (2019). Innovation Product and Halal Labelization in Buying Repurchase. *International Research Journal of Business Studies*, 12(1), 87–100. <https://doi.org/https://doi.org/10.21632/irjbs>.
- Afandi, A. (2018). Peran Buruh Perempuan Pada Home Industry Kerupuk (Studi Kasus Pada Buruh Perempuan di Desa Mangli Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember). *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi dan Ilmu Sosial*, 12(2), 179. <https://doi.org/10.19184/jpe.v12i2.8312>.
- Aprilia, H. N. M., Lasiyono, U., & Aripriabowo, T. (2021). Pengaruh Inovasi Produk , Kualitas Pelayanan dan Store Atmosphere terhadap Keputusan Pembelian pada Dapur Roti & Dapur Kopi by Lyly di Lamongan. *Journal of Sustainability Business Research*, 2(1), 176–184.
- Arinda, A. Y. (2021). Dampak Media Sosial Pada Kinerja UMKM Di Kota Bandar Lampung. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 10(5), 491–500. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/EEB/index>.
- Cahyanti, M. M., & Anjaningrum, W. D. (2017). Faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan usaha kecil sektor industri pengolahan di kota malang. *JIBEKA*, 11(2), 73–79.
- Fabuari, A., & Syaifullah. (2020). Pengaruh Inovasi Produk Dan Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen John's Bakery Di Kota Batam. *Jurnal Ilmiah Maksitek*, 5(2), 85–94.
- Fantini, E., Sofyan, M., & Suryana, A. (2021). Optimalisasi Sosial Media Sebagai Sarana Promosi Usaha Kecil Menengah Meningkatkan Penjualan di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Sosial*, 1(2), 126–131. <https://embiss.com/index.php/embiss>.
- Gupta, S., & Maheshwari, R. (2019). Role of Women Entrepreneurship in Economic Development in India. *International Journal of Trade and Commerce-IIARTC*,

8(2), 336–340. <https://doi.org/10.46333/iiartc.8.2.2020.8>.

- Hanurdin, A. S., Arifin, M., & Qomariyah, S. N. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi UMKM Pia Fenty Jombang). *Jurnal Ekonomi dan Perkembangan Bisnis*, 4(1), 73–89.
- Hasugian, F. M. A., & Panggabean, L. (2020). Peran Perempuan dalam Mengembangkan Usaha Mikro Kecil dan Menengah dalam rangka menuju Masyarakat Ekonomi ASEAN di Kota Tangerang Selatan. *Jurnal Inada: Kajian Perempuan Indonesia di Daerah Tertinggal, Terdepan, dan Terluar*, 2(2), 185–197. <https://doi.org/10.33541/ji.v2i2.1366>.
- Hoe, L. C., & Mansori, S. (2018). The Effects of Product Quality on Customer Satisfaction and Loyalty: Evidence from Malaysian Engineering Industry. *International Journal of Industrial Marketing*, 3(1), 20–35. <https://doi.org/10.5296/ijim.v3i1.13959>.
- Inshan Meahjohn, P. P. (2020). The Impact of COVID-19 on Entrepreneurship Globally. *Journal of Economics and Business*, 3(3), 1165–1173. <https://doi.org/10.31014/aior.1992.03.03.272>.
- Lestari, C., Lubis, N., & Widayanto. (2015). Pengaruh Jaringan Usaha, Inovasi Produk Dan Persaingan Usaha Terhadap Perkembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Studi pada IKM Makanan di Kecamatan Kuningan Kabupaten Kuningan Jawa Barat). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 4(2), 185–196.
- Nabella, & Winarso, B. S. (2019). Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Sumber Daya Manusia, Jaringan Usaha Dan Karakteristik Wirausaha Terhadap Perkembangan UMKM Batik (Studi pada UMKM Batik di Kampung Batik Ngasem DIY). In *Naskah Publikasi*. Universitas Ahmad Dahlan.
- Nurcahyani, A., & Isbah, M. F. (2020). Perempuan Dan Ekonomi Digital : Peluang Kewirausahaan Baru dan Negosiasi Peran berbasis Gender. *Jurnal Studi Gender*, 13(1), 27–58. <https://doi.org/10.21043/palastren.v13i1.6382>.
- Putri, R. (2018). Perkembangan Home Industry Nanas Di Desa Tangkit Baru Tahun 1990-2015. In *Skripsi*. Universitas Jambi.
- Ramadhanty, V., Putri, D. J. U., & Azzahra, F. (2020). Loyalitas Pelanggan Pada Kedai Roti Bakar Di Pamulang. *Jurnal Ilmiah Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau*, 7(2), 68–79.

- Riassy, U., & Kristinae, V. (2021). Uncertain Supply Chain Management The effect of product innovation on business performance during COVID 19 pandemic. *Journal Uncertain Supply Chain Management*, 9(1), 151–158. <https://doi.org/10.5267/j.uscm.2020.10.006>.
- Saragih, D. D., & Tyas, W. P. (2020). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perkembangan Usaha Industri Konveksi Berbasis Rumah di Kelurahan Tingkir Lor. *Teknik*, 41(1), 78–91. <https://doi.org/10.14710/teknik.v41n1.24880>.
- Spradley, J. P. (2007). *Metode Etnografi*. Tiara Wacana.
- Suranto, Jayanti, A. D., Setyawati, L., & Jatmika, S. (2020). A study on the impact of cultural tourism on indonesian society. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 11(5), 72–86.
- Suranto, Narimo, S., Susilo, A., Waskito, T., & Aji Fitriani, S. (2020). The Analysis of Factors Affecting Entrepreneurial Supply Chain Management in Indonesia. *International Journal of Supply Chain Management*, 9(5), 847–853.
- Suranto, Nilamsari, D., Soetjipto, B. E., & Fitriani, S. A. (2020). Supply Chain Management Values for the Society In A Community-Based Tourism Village. *International Journal of Supply Chain Management*, 9(5), 842–846.
- Suranto, Soetjipto, B. E., Wahyono, H., Haryono, A., & Rodzalan, S. A. (2019). Community based tourism: Revitalization of villages through Bamboo plantation conservation. *Humanities and Social Sciences Reviews*, 7(2), 331–339. <https://doi.org/10.18510/hssr.2019.7239>.
- Susanti, S. S. W. R. (2017). Pengaruh modal kerja, aset, dan omzet penjualan terhadap laba UKM catering di wilayah surakarta. *Jurnal Perilaku Dan Strategi Bisnis*, 5(1), 84–93.
- Vernia, D. M. (2017). Optimalisasi Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Bisnis Online Bagi Ibu Rumah Tangga Untuk Meningkatkan Perekonomian Keluarga. *Jurnal Ilmiah Pendidikan dan Ekonomi*, 1(2), 105–118.
- Whittaker, D. H., & Fiedler, B. P. F. and A. (2014). Assembling capabilities for innovation: Evidence from New Zealand SMEs. *International Small Business Journal*, 34(1), 1–21. <https://doi.org/10.1177/0266242614548931>